
TECENDO MEMÓRIAS, PRESERVANDO O PASSADO E DESENVOLVENDO O AGORA: MUSEUS, MEMÓRIA E PATRIMÔNIO CULTURAL NO CONTEXTO DA ECONOMIA CRIATIVA

MAKING MEMORIES, PRESERVING THE PAST AND DEVELOPING IT NOW: MUSEUMS, MEMORY AND CULTURAL HERITAGE IN THE CONTEXT OF THE CREATIVE ECONOMY

Daniel Luciano Gevehr¹

<https://orcid.org/0000-0003-1815-4457>

<http://lattes.cnpq.br/0120499154280445>

Junéia Laila Braun²

<https://orcid.org/0000-0003-1464-5283>

<http://lattes.cnpq.br/3948065972524956>

Recebido em 23 de abril de 2019.

Aprovado em 17 de março de 2020.

RESUMO: Este estudo tem como foco a temática dos museus como espaço de preservação da memória e do patrimônio cultural e a economia criativa. Busca estabelecer as bases conceituais sobre memória, patrimônio cultural, museu, e economia criativa compreendendo sua importância para a preservação da cultura e da história e contribuir para a valorização e modernização destes espaços. A produção desta pesquisa deu-se por meio de levantamento bibliográfico, sendo assim, trata-se de um estudo de natureza teórica. Através de levantamento sobre museu, memória, preservação de patrimônio e economia criativa, a pesquisa se valeu de uma revisão bibliográfica para a construção da fundamentação teórica, base deste estudo. Identifica-se a partir dos conceitos explanados que a valorização e preservação do patrimônio e da memória, através do contexto museal, é um importante espaço de construção da identidade coletiva e individual. O museu, como espaço de preservação do patrimônio cultural, aliado à economia criativa, através de abordagens mais modernas no que concerne a apresentação de novas e criativas formas de atrair visitantes, pode criar dinâmicas diferentes interagindo mais com seu público. Dessa forma podem tornar-se espaços mais democráticos no sentido de alcançar um número maior de visitantes e promover a valorização da identidade e preservação da memória da localidade onde está inserido.

Palavras-Chave: Museu. Memória; Patrimônio Cultural; Preservação. Economia criativa.

ABSTRACT: This study focuses on the theme of museums as a space for the

¹ Professor titular do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR- FACCAT), onde também atua como líder do Grupo de Pesquisa (CNPq) Instituições, Ordenamento Territorial e Políticas Públicas para o Desenvolvimento Regional das Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT). Realiza pós-doutorado em História pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Possui graduação em história (2000), mestrado em história (2003) e doutorado em história (2007) pela mesma universidade. E-mail: danielgevehr@hotmail.com

² Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional das Faculdades Integradas de Taquara (PPGDR- FACCAT). Possui graduação em Gastronomia pela Universidade do Vale dos Sinos (2008) e graduação em Turismo pela Universidade Feevale (2006). E-mail: julailabr@gmail.com

preservation of memory and cultural heritage and the creative economy. It seeks to establish the conceptual bases on memory, cultural patrimony, museum, and creative economy, understanding its importance for the preservation of culture and history and contributing to the valorization and modernization of these spaces. The production of this research was done through a bibliographical survey, so it is a study of a theoretical nature. Through a survey on museum, memory, preservation of heritage and creative economy, the research was based on a bibliographical review for the construction of the theoretical foundation, base of this study. It is identified from the concepts explained that the valuation and preservation of heritage and memory, through the museum context, is an important space for the construction of collective and individual identity. The museum, as a space for the preservation of cultural heritage, combined with the creative economy, through more modern approaches to presenting new and creative ways of attracting visitors, can create different dynamics by interacting more with its audience. In this way they can become more democratic spaces in the sense of reaching a greater number of visitors and promote the valorization of the identity and preservation of the memory of the locality where it is inserted.

Keywords: Museum. Memory; Cultural heritage; Preservation; Creative economy.

1 INTRODUÇÃO

Os museus são encarregados da preservação de obras, acervos e cultura produzidos pela humanidade ao longo de sua história e funcionam como depositários da memória. São espaços de preservação e produção de conhecimento que favorecem a construção social da memória e a percepção crítica promovendo a valorização e a preservação do patrimônio cultural (ME-NESES, 2013). O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN (2019), considera Patrimônio Cultural como todos os bens materiais e imateriais, os quais contribuem para a criação da identidade dos mais diferentes povos, com o objetivo de preservação da memória e manutenção dos elementos característicos voltados à história local.

A memória, nesse contexto, é uma forma de preservar as informações importantes do passado, contribuindo para que o ser humano tenha referências de si mesmo e da coletividade e compreenda a relevância histórica e a importância de sua preservação. As atividades econômicas, de caráter criativo, encontram-se diretamente ligadas ao campo das artes, da cultura, dos negócios e também da tecnologia, uma vez que englobam a criação, a produção e a distribuição de bens e serviços, que por sua vez, utilizam conhecimento e criatividade como seus principais impulsionadores e está sendo empregado no contexto dos museus como uma forma de valorizar estes espaços e lhes dar auto sustentação.

Daí o interesse em pesquisar um pouco mais sobre essa temática para compreender como pode se dar essa relação. Dito isso, esse artigo tem como foco olhar para a temática dos Museus como espaço de preservação da memória e do patrimônio cultural e relacionar com os conceitos sobre economia criativa que podem contribuir para a valorização e modernização destes espaços. Busca estabelecer as bases conceituais sobre museus, memória, patrimônio cultural e economia criativa relacionando sua importância para a preservação da cultura e história.

A produção deste trabalho deu-se por meio de levantamento bibliográfico, sendo assim, trata-se de um estudo de natureza teórica e que busca contribuir para o aprofundamento da discussão – ainda pouco difundida, mas cada vez mais urgente – entre as questões de memória, patrimônio e economia criativa, trazendo o museu, como espaço de convergência. Através das

aproximações desses conceitos, propõe-se uma análise que evidencia o museu – consagrado como um lugar de memória e de preservação do patrimônio cultural – também como um elemento de possibilidade de desenvolvimento, uma vez que esse pode ser potencializado e, até mesmo, reinventado e ressignificado, a partir da intervenção da economia criativa.

Partindo da noção de que o museu é um espaço dinâmico, caracterizado por diferentes temporalidades – que permitem conhecer diferentes épocas e contextos históricos – deve-se pensar o museu numa nova perspectiva, não “voltada aos interesses do capitalismo ou do mercado de consumo de massa”, mas como uma possibilidade de promover o desenvolvimento sustentável de comunidades, que passam a ver o seu patrimônio cultural e sua cultura, como expressões singulares e possíveis de geração de atividades econômicas, como o artesanato, a gastronomia, o turismo e outros segmentos, que valorizem e garantam a perpetuação da cultura e da dinâmica social dos grupos envolvidos nesse processo.

Com base em autores de referência sobre o tema, como Rocha (2012), Tomaz (2010), Dias (2006), Barretto (2000), Castro e Cutrim (2016), Pires e Albagli (2012), Serra e Fernandez (2014), Lima (2011) e Reis (2008), propõe-se uma análise crítica sobre o museu, a memória, a preservação do patrimônio cultural e a economia criativa. Foram utilizados, além dos referidos autores, outras consultas teóricas, que fizeram parte da construção do referencial bibliográfico da pesquisa.

2 OS MUSEUS COMO ESPAÇO DE PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA

2.1 MEMÓRIA

As memórias são importantes para a criação da identidade de uma sociedade. Com elas pode-se perceber a história deixada por todos que fizeram parte dela na sua construção. Segundo Rocha (2012) a memória é relevante para a construção da identidade, tanto individual quanto coletiva. Para que o passado permaneça, é preciso a criação de uma proposta que trabalhe com a memória, a fim de torná-la presente. A partir do momento em que o indivíduo passa a compartilhar suas experiências, a memória torna-se viva. Acrescenta a autora que a memória pode se tratar de algo coletivo, social ou pessoal.

De acordo com Tomaz (2010, p. 1-2), em cada edificação, nas obras, nos elementos do passado, há uma representatividade para a comunidade, “[...] através dela que são contadas as histórias da cidade, bem como constituída a identidade local”. Rocha (2012), nesse sentido, complementa que a memória individual auxilia na interpretação coletiva, contribuindo para a construção de um novo olhar. Considera a memória essencial para a percepção dos outros. “Ela acaba por ser resultado de um trabalho de organização e de seleção daquilo que é importante para o sentimento de unidade, de continuidade e de coerência, ou seja, de identidade” (ROCHA, 2012, p. 2).

No entendimento de Barros (2009, p. 37) “a memória se refere não apenas ao Passado e ao Presente, mas também ao Futuro”. Complementa que já não pode mais ser associada metaforicamente a um “espaço inerte” no qual se depositam lembranças, e sim deve ser compreendida como “território”, como espaço vivo, político e simbólico onde se lida de maneira dinâmica e criativa com as lembranças e esquecimentos que reinstituem o Ser Social a cada instante.

Diante disso, percebe-se que a identidade é constituída de memórias, que se tornam importantes para a construção de espaços de representatividade coletiva. Essas identidades culturais,

contam a história local e, podem se transformar em algo para ser preservado e tornado público e ao alcance de todos.

2.2 PATRIMÔNIO CULTURAL

A preservação do Patrimônio Cultural visa promover e incentivar a memória da população, no sentido de compreender de forma mais aprofundada a sua história. O cuidado com a preservação do patrimônio, teve início no século XX no Brasil, após a criação de conferências e instituições, com o intuito de “estabelecer critérios para proteger e conservar o patrimônio”. Com a percepção da importância dessas ações, foi criado, em 1936 no Brasil, o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – (SPHAN) (ROCHA, 2012).

O SPHAN foi oficializado um ano após sua criação, em 1937 e, em 1946, passou a ser uma Diretoria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, subordinado ao Ministério da Educação e Saúde (MES). Em 1970, passou a denominar-se IPHAN, nomenclatura que ainda é utilizada atualmente e é vinculado ao Ministério da Cultura. (REZENDE *et al.*, 2015). O Patrimônio é, desta forma, considerado uma das principais motivações para a realização do Turismo Cultural, visto ser, muitas vezes, o principal produto turístico das localidades. (ROCHA, 2012).

Murta e Albano (2002), por sua vez, descrevem que a interpretação do Patrimônio é uma forma de a comunidade se comunicar com visitantes, desencadeando um processo onde se agregam valores e conhecimentos, que são repassados a estes visitantes. A interpretação do Patrimônio, de acordo com os autores, é vista sob dupla funcionalidade. De um lado, as vivências dos visitantes que permite que possam ter uma perspectiva voltada para preservação e apreciação do lugar visitado; por outro lado, a preservação e interpretação que pode promover o desenvolvimento e reconhecimento do local como representativo da comunidade.

Dias (2006), por seu turno, indica que o significado de Patrimônio implica naquilo que estava ligado às heranças e pertences do âmbito familiar e que o conceito foi se modificando conforme o passar do tempo. O autor apresenta uma evolução histórica da visão de Patrimônio descrita resumidamente a seguir.

Cabe lembrar que na Idade Antiga, o Patrimônio era relacionado à coleção de riquezas, raridades e antiguidades de caráter extraordinário ou de grande valor material que indicavam poder, luxo e prestígio. Na Grécia, Roma e na Idade Média o Patrimônio era relacionado aos vestígios de uma civilização considerada superior, que, por isso, era imitada. Valorizavam a estética e a herança cultural como interesse educativo através de escavações arqueológicas e colecionismo seletivo (DIAS, 2006).

No Renascimento e séculos XVI-XVIII o Patrimônio estava ligado a objetos artísticos valorizados por sua dimensão histórica e rememorativa. A obra de arte era relacionada a uma cultura elitista e ao academicismo com os primeiros estudos de história da arte. O Século XIX e início do Século XX trouxeram uma visão de Patrimônio como um conjunto de expressões materiais que explicam historicamente, a identidade sociocultural de uma nação e, por sua condição de símbolos, deveriam ser conservadas e restauradas. Promoveu o Nacionalismo, as investigações históricas, artísticas, arqueológicas e etnológicas, a importância do folclore, a Restauração de monumentos e Museus voltados ao público (DIAS, 2006).

Entre os anos 1940 até os anos 1980 o Patrimônio estava ligado ao desenvolvimento cultural e melhoria da qualidade de vida das pessoas. A partir disso, passou-se a considerar seu

potencial socioeducativo e econômico, além de seu valor cultural através de reconstrução do patrimônio e Políticas de gestão educativa, voltadas a população em geral, incentivando também o turismo nesses locais (DIAS, 2006). Atualmente, o Patrimônio é percebido como importante componente que garante a preservação da memória e busca-se tanto sua restauração quanto conservação e exploração de forma adequada e que promova a plena acessibilidade e novos usos buscando maneiras criativas de envolver a participação da sociedade civil.

O IPHAN (2019) que toma como referência a classificação da UNESCO considera Patrimônio Cultural composto por:

[...] monumentos, grupos de edifícios ou sítios que tenham valor universal excepcional do ponto de vista histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico ou antropológico. Incluem obras de arquitetura, escultura e pintura monumentais ou de caráter arqueológico, e, ainda, obras isoladas ou conjugadas do homem e da natureza.

No que tange ao Patrimônio Imaterial, segundo o IPHAN (2019):

[...] contempla os saberes, práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural.

Diante do exposto observa-se a importância que o Patrimônio teve ao longo dos anos e como atualmente é percebido pela sociedade tanto no que se refere aos visitantes destes locais quanto à própria localidade que compreende seu papel de manutenção das memórias e preservação de sua própria identidade histórica.

Tomaz (2010, p. 3), amplia a discussão, afirmando que “o Patrimônio cultural promove a valorização e consagração daquilo que é comum a determinado grupo social no tempo e no espaço”. E pode ser compreendido através de três categorias a saber: a primeira que incorpora elementos pertencentes à natureza, ao meio ambiente”; a segunda, ao conhecimento, às técnicas, ao saber e ao saber-fazer; a terceira, trata do patrimônio histórico propriamente dito, que se define pelos artefatos e construções resultantes da relação do homem com o ambiente e baseia-se na transformação das coisas e do meio, adaptando-os ao seu bem-estar.

O autor acrescenta que a preservação de bens patrimoniais deve ter como objetivo conservar traços da vida cotidiana, ou seja, mostrar como vivia a sociedade em determinada época. A conservação destes bens deve ter por objeto aqueles que tenham um significado coletivo, pois se perpetua a memória de uma sociedade preservando-se os espaços utilizados por ela na construção de sua história (TOMAZ, 2010).

Já para Barretto (2000) patrimônio cultural é entendido como “as obras de arte no espaço, ou seja, a pintura, a escultura e a arquitetura”. A autora complementa que existem outras artes, que transcorrem no tempo, como a dança, a literatura incluindo o teatro e a música. Enfim, fazem parte do patrimônio cultural, no entendimento da autora, tanto os bens tangíveis quanto os intangíveis.

O Patrimônio, nesse sentido, passou a ser definido como “o conjunto de todos os utensílios, hábitos, usos e costumes, crenças e forma de vida cotidiana de todos os segmentos que compuseram e compõem a sociedade” (BARRETTO, 2000, p. 11). Ainda em relação ao patrimônio, Barretto (2000) faz uma diferenciação nos conceitos que envolvem a sua preservação

e manutenção. De acordo com a autora:

Preservar significa proteger, resguardar, evitar que alguma coisa seja atingida por alguma outra que lhe possa ocasionar dano. Conservar significa manter, guardar para que haja uma permanência no tempo. Desde que guardar é diferente de resguardar, preservar o patrimônio implica mantê-lo estático e intocado, ao passo que conservar implica integrá-lo no dinamismo do processo cultural. Isso pode, às vezes, significar a necessidade de ressemantização do bem considerado patrimônio, e é nesse terreno que se dá a discussão (BARRETO, 2000, p. 15).

Barretto (2000, p. 53) ainda afirma que museus e patrimônios são atrativos turísticos por “excelência” e que a partir do século XX, o museu deixou de ser somente um depósito de objetos antigos e em desuso, e passou a interagir com os visitantes de forma “dinâmica e lúdica”. Para melhor entendimento sobre os Museus, o conceito a seguir permite compreender a origem do museu, bem como o seu desenvolvimento e como atualmente se configura e se insere no meio social da contemporaneidade.

2.3 MUSEU

A origem da palavra Museu vem do grego *Mouseion*, que se refere à casa das musas, uma mistura de templo e instituição de pesquisa, voltada, sobretudo para o saber filosófico. As obras de arte expostas no *Mouseion* tinham o intuito mais de agradar às divindades que serem expostas à admiração de visitantes (NASCIMENTO, 1998). No *Mouseion*, “[...] buscava-se discutir e ensinar todo o saber existente no tempo, nos campos da religião, mitologia e medicina, cuja principal preocupação era o saber enciclopédico”. No período compreendido pela Idade Média, todo o controle de obras passou para a Igreja que foi a principal receptora de doações eclesiásticas e de patrimônio de príncipes e famílias nobres e abastadas (NASCIMENTO, 1998, p. 22).

No entanto, foi no Renascimento que surgiu o “museu moderno”, chamados de Gabinetes de Curiosidades. Eram quartos pequenos, localizados em palácios de nobres e estudiosos e reuniam objetos variados tanto peças artísticas, quanto científicas. As visitas a esses locais eram restritas a um público seleto de nobres, monges, poetas, sábios, entre outros (REIS, 2005).

O primeiro museu público europeu, que se tem notícia, data de 1683, que é o Ashmolean Museum, de Oxford, na Inglaterra. As obras foram doadas da coleção de John Tradescin a Elias Ashmole, com a condição específica de que este a transformasse em um museu da Universidade de Oxford. O espaço museológico era restrito somente aos especialistas e estudantes universitários. Já o Museu do Louvre, inaugurado em 1793 era disponível ao público três dias em cada dez dias, a fim de educar a nação francesa acerca dos valores do classicismo (CAMPOS, 1965).

Os museus resguardam memórias de grupos variados e de grande representatividade para a população. São espaços que facilitam o contato das pessoas com os bens e suscitam a expansão do olhar sobre a história, rito ou cultura ali compartilhada (MAGALHÃES; BRANCO, 2006). Os museus, portanto, são um espaço onde diferentes aspectos da cultura de um determinado tempo ou local, expõem suas características, seus bens materiais e imateriais e desenvolve o senso de identidade dos visitantes com a cultura local. O Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), define museu, conforme a Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009:

Consideram-se museus, para os efeitos desta Lei, as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento (IBRAM, 2017).

Dias (2006, p. 220) destaca a importância do museu para as localidades como depositário legítimo de objetos e de artefatos que apresentam significado simbólico para as comunidades locais. Acrescenta que os museus “resgatam e reforçam o papel simbólico dos bens culturais, de modo a construir um patrimônio que reafirmará e reforçará a continuidade histórica, que dá significado ao presente e que embasará, em uma perspectiva sustentável, a construção do futuro”. Já Grinspum (2000) considera que nos museus são propostas diferentes formas de interpretar a cultura ali exposta, muitas vezes por meio dos sentidos, a fim de envolver os visitantes num contexto único voltado para a história.

Castro e Cutrim (2016, p. 53), por seu turno, colocam que o Movimento Internacional da Nova Museologia trouxe uma nova visão a cerca dos museus introduzindo, segundo os autores, um novo modo de se pensar não só dentro do espaço físico dos museus, mas também como envolver a sociedade para compreender a sua história, os seus costumes através da memória, dos bens materiais e imateriais expostos no seu interior. Destacam os autores que por meio da nova museologia, foi pensado “um ‘fazer museológico’ capaz de aproximar o museu e a sociedade, oportunizando uma maior interação e atribuindo uma função social ao museu e ao patrimônio cultural” (CASTRO; CUTRIM, 2016, p. 61).

A partir dessa nova visão os espaços dos museus passaram a oferecer uma dinâmica socio-educativa e de lazer, que trouxe um envolvimento diferente com a comunidade dentro do contexto museal através da utilização de uma linguagem acessível a todas as classes e faixas etárias da sociedade, facilitando a compreensão da história, dos costumes, da tradição local, entre outros aspectos relevantes para quem visita (CASTRO; CUTRIM, 2016). Numa etapa seguinte da pesquisa, busca-se entender melhor essa mudança, para uma visão mais dinâmica e criativa dos museus, aproximando os conceitos relacionados à economia criativa.

3 ECONOMIA CRIATIVA NO ÂMBITO DOS MUSEUS

A economia criativa surgiu a partir da década de 1990, e segundo Pires e Albagli (2012, p. 112) se trata do “conjunto daquelas empresas que têm na arte, na cultura, na criatividade, no saber vivo e diário, na cotidianidade o seu processo produtivo e seu produto final, ao mesmo tempo”. Desenvolve-se no contexto de uma economia da informação, do conhecimento e do aprendizado, assim como de dinamização de uma cultura de consumo ao redor de estilos de vida alternativos, em que as habilidades cognitivas e comunicacionais emergem como novos fatores de produção (PIRES; ALBAGLI, 2012).

Esse novo paradigma gera transformações não somente na esfera do trabalho, mas, também, nos indivíduos (PIRES; ALBAGLI, 2012), na sociedade de consumo e no papel da cultura e da criatividade na economia contemporânea. Castro e CUTRIM (2016) destacam que a expansão e difusão das atividades da economia criativa, se deu principalmente a partir da segunda metade da década de 1990. Estas, começaram a ser pensadas como estratégias de desenvolvimento, em especial no âmbito da Organização das Nações Unidas, em razão do envolvimento direto da UNESCO e UNCTAD, duas de suas principais agências de fomento.

Tanto a UNESCO, quanto a UNCTAD, foram responsáveis pela proposição de indicadores, que permitiram categorizar e mensurar, entre outros elementos importantes, a geração de empregos, o número de empresas e negócios, bem como o fluxo de bens e serviços culturais, que ocorre entre os diferentes lugares e países envolvidos. Além desses órgãos, a ONU também foi responsável pela criação e coordenação dos trabalhos, através da Rede de Cidades Criativas, que está voltada para a popularização das políticas públicas de desenvolvimento econômico e social, que por sua vez, são baseadas nos setores criativos e que se mostram, atualmente, implementadas em diversas cidades do mundo (CASTRO; CUTRIM, 2016).

Deve-se considerar, ainda, que de acordo com os dados apresentados pela ONU, “as atividades econômicas criativas encontram-se no cruzamento das artes, da cultura, dos negócios e da tecnologia, compreendendo o ciclo de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam o conhecimento e a criatividade como seus principais vetores” (SERRA; FERNANDEZ, 2014, p.357).

O incremento das tecnologias de informação e comunicação nas últimas décadas vem propiciando também um importante aumento do controle dos indivíduos sobre os processos criativos (incrementando a oferta de talento). Pires e Albagli (2012) destacam uma crescente extrapolção dos limites tradicionais entre consumo e produção, que resulta em processos baseados na criatividade, habilidade e talento e impõe a revisão de estratégias empresariais, dinâmicas organizacionais e modelos de negócios até então vigentes.

A economia criativa é, ainda em nossos tempos, um campo relativamente novo e pouco conhecido, no qual os estudos precisam aprofundar e ampliar a análise de questões como o papel da criatividade na produção, da natureza dos produtos criativos, bem como a compreensão sobre as cadeias produtivas e o real potencial de geração de riquezas. É necessário considerar nesta caminhada, a questão dos direitos de propriedade intelectual dos criadores de inovação, assim como a própria relação que se estabelece entre tecnologia e produção artística (SERRA; FERNANDEZ, 2014).

Nesse âmbito, a criatividade ou a habilidade de produção, pode ser encontrada de forma bastante próxima das pessoas. Entretanto, “a transformação em produto criativo dependerá de sua inclusão no tecido produtivo como uma inovação” (Ibidem, p.365). O autor afirma ainda que “boa parte dos produtos criativos pode gerar rendas de propriedade intelectual decorrentes de patentes, marcas, *copyrights* e *design*, defendendo que é desses segmentos que derivam as indústrias criativas” (Ibidem, p. 365).

Serra e Fernandez (2014) destacam que a economia criativa se configura também como campo para o desenvolvimento do empreendedorismo e de políticas públicas de desenvolvimento local e regional, promovendo a recuperação de áreas degradadas, citando como exemplo as experiências das cidades de Buenos Aires e Seul. “Nas duas cidades a instalação de museus, centros de cultura e outros equipamentos culturais em áreas urbanas consideradas problema geraram externalidades positivas que as transfiguraram em ambientes aprazíveis e muito valorizados” (Ibidem, p. 366).

O potencial de transformação da economia criativa, considerando-se sua relação direta com inúmeras outras atividades industriais e de prestação de serviços, além do seu potencial para geração de emprego e renda, fez da economia criativa um elemento fundamental para a implementação e proposição de políticas públicas de recuperação e de revitalização de espaços, além da possibilidade de construção de *clusters* criativos, de proposição de intercâmbios culturais, bem como de difusão das exportações de bens e serviços culturais (CASTRO; CUTRIM,

2016). Desta forma, o caráter criativo e inovador, deve ser um elemento de destaque na formulação das políticas voltadas para o desenvolvimento de estratégias, que buscam aproximar o trinômio *preservação – economia criativa – desenvolvimento*.

O setor criativo abrange os mais diversos tipos de mercados, e cada um deles possui peculiaridades que devem ser observadas para que assim seja possível pensar a economia criativa nesse contexto. Os museus estão inclusos com elevado potencial. Castro e Cutrim (2016) apresentam estudo sobre o desenvolvimento da Economia Criativa no museu Casa da Festa localizado em São Luís do Maranhão (MA), que segundo os autores, pode ser além de um exemplo de atividade empreendedora dentro do setor criativo, também uma forma de aprendizado, a partir do acervo museal que serve de inspiração para a confecção de produtos ou de ações que possam ser realizadas pelo museu para a comunidade e para os visitantes.

Nesse sentido, além da dimensão voltada ao desenvolvimento econômico, a cultura ainda é o ponto de partida, ou seja, apesar de estar voltada a uma dimensão econômica, não deixa de manter a cultura como orientação e finalidade (CASTRO; CUTRIM, 2016). A Economia Criativa no Brasil, embora seja um fenômeno recente, tem o setor da cultura como um dos mais importantes, onde pode ser inserida. Com isso, “valorizar as instituições museológicas e incentivar as ações necessárias que viabilizem o fomento e a inserção desse tipo de economia faz-se necessário para que haja uma nova percepção acerca dos museus” (Ibidem, p.61).

Entende-se, a partir do exposto sobre economia criativa, que esse elemento pode ser um referencial para inovações e novas oportunidades, para se agregar valor aos espaços como os museus, que podem atrair visitantes de fora de sua localização, assim como também visitantes da própria localidade como moradores e estudantes, promovendo assim uma cultura mais democrática e dinâmica. Dessa forma, ao mesmo tempo que se apresenta como uma nova concepção, também promove, preserva, mantém e valoriza o acervo do museu, atualizando a cultura do lugar e promovendo desenvolvimento.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS: ALGUMAS APROXIMAÇÕES

Como já mencionado, este estudo de cunho exploratório buscou, em um primeiro momento, discutir – de forma mais ampla e na perspectiva dos estudos sobre desenvolvimento – sobre os conceitos sobre memória, patrimônio cultural e o universo dos museus, procurando relacionar esse olhar para o contexto da economia criativa.

Observa-se que a economia criativa trabalha – de forma direta – com a criatividade e, nasceu voltada para incentivo de ações, que buscam valorizar a cultura e seus aspectos tangíveis e intangíveis de forma mais ampla e inovadora. O conceito de economia criativa pode ser aplicado a cidades, polos ou mesmo para espaços que buscam estratégias de promoção e maior atratividade como o museu, por exemplo. Aproximar dos museus, empreendimentos voltados para a alimentação – com especial atenção para a valorização dos saberes e fazeres tradicionais das culturas locais – da produção artística e artesanal, permitem além da preservação dos museus, a geração de emprego e renda, aproximando e valorizando aspectos da cultura local, ao mesmo tempo em que garante a sobrevivência das populações locais, situadas nas imediações dos espaços museológicos.

Lima (2011, p. 12) destaca que no contexto da economia criativa, a cultura é entendida como algo mais amplo do que somente arte, abrange um “conjunto de crenças, costumes, valores e hábitos adotados por sociedades ou grupos de pessoas. Esse insumo cultural é

empregado como fator de diferenciação e mesmo de inovação”. Como ensina Serra e Fernandez (2004) a possibilidade e habilidade de gerar novos produtos, pode se encontrar ao alcance de todos. No entanto, a sua transformação em produto criativo, de fato, muito dependerá de sua inclusão no contexto de produção criativa, enquanto uma mercadoria de inovação.

Ainda que a pós-modernidade estabeleça – e imponha – a globalização, que diminui distâncias, viabilizada pelo amplo uso de tecnologias, que constantemente criam produtos novos, existe uma preocupação em preservar o saber-fazer tradicional. Nessa perspectiva o local e o regional tomam relevo, frente a globalização e a massificação cultural protagonizada por ela.

Essa mescla, pautada no âmbito local e regional, impulsiona o crescimento de empreendimentos que trabalham com a economia criativa, utilizando-a como fonte de propulsora de ideias voltadas a cultura e sua preservação, se forma sustentável. Reis (2008, p.15) reforça esse papel catalisador (social, político, econômico), considerando como “um combustível renovável e cujo estoque aumenta com o uso”. Complementa colocando que “esse quadro de coexistência entre o universo simbólico e o mundo concreto é o que transmuta a criatividade em catalisador de valor econômico”.

Acredita-se, nessa perspectiva, que experiências bem-sucedidas, devem ser multiplicadas para que se possa cada vez mais, demonstrar quão interessante e significativo pode a união da preservação da história e do patrimônio com estratégias inovadoras em prol da identidade coletiva.

Por fim, acredita-se que este estudo possa levantar algumas questões que merecem aprofundamento e maior pesquisa, no sentido de identificar, de que forma se dá na prática essa inter-relação entre o universo museal e as experiências de uso da economia criativa como fomentador de estratégias que agreguem de valor a estes espaços tão importantes para a manutenção e continuidade de nossas memórias e preservação de nosso patrimônio cultural.

REFERÊNCIAS

- BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural**: As possibilidades do planejamento. Campinas, SP: Papirus, 2000.
- BARROS, José D’Assunção. História e memória: uma relação na confluência entre tempo e espaço. **Mouseion**, vol. 3, n.5, Jan-Jul/2009.
- CAMPOS, Vinicio Stein. **Elementos de museologia**. História dos museus. 1º vol. São Paulo: Tipografia Santa Rita, 1965.
- CASTRO, Elinajara Pereira; CUTRIM, Klautenys Dellene Guedes. Economia criativa no museu casa da festa em São Luis - MA: estratégias, inovações e o desenvolvimento do turismo cultural. **INTERFACE**, Natal/RN, v.13, n. 2, Agosto a Dezembro, 2016.
- DIAS, Reinaldo. **Turismo e patrimônio cultural**: recursos que acompanham o crescimento das cidades. São Paulo: Saraiva, 2006.
- FARIAS FILHO, Milton Cordeiro; ARRUDA FILHO, Emílio José Monteiro. **Planejamento da Pesquisa Científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. 2ª reimp. São Paulo: Atlas, 2009.
- GRINSPUM, Denise. **Educação para o patrimônio**: museu de arte e escola. São Paulo. 2000.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS - IBRAM. **O que é museu**. Disponível em: <<http://www.museus.gov.br/os-museus/o-que-e-museu>>. Acesso em: 21 fev. 2019.

- INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. IPHAN. **Patrimônio Mundial**. 2019. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/24>>. Acesso em: 20 fev. 2019.
- LIMA, Selma Maria Santiago. **Polos Criativos**: Um estudo sobre os pequenos territórios criativos brasileiros. Consultora UNESCO para o Ministério da Cultura. Brasília, 2011/2012. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/4184453-Polos-criativos-um-estudo-sobre-os-pequenos-territorios-criativos-brasileiros.html>>. Acesso em: 24 fev. 2019.
- MAGALHÃES, Leandro H.; BRANCO, Patrícia M. Castelo. **Patrimônio, Memória e Turismo**: um exercício do olhar. UNIFIL, Centro Universitário Filadélfia, Londrina-PR, 2006.
- MENESES, Ulpiano T. B. de. A exposição museológica e o conhecimento histórico. In: FIGUEIREDO, Betânia G.; VIDAL, Diana G. (orgs). **Museus**: dos gabinetes de curiosidades à museologia moderna. 2 ed. Belo Horizonte: Fino Traço, 2013. p. 15-88.
- MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina. **Interpretar o patrimônio**: um exercício do olhar. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Território Brasilis, 2002.
- NASCIMENTO, Rosana. **O objeto museal, sua historicidade**: implicações na ação documental e na dimensão pedagógica do museu. 1998. 121f. Dissertação (Mestrado em Educação). ULHT, Universidade Federal da Bahia, 1998.
- PAULA, T. M. de.; MECCA, M. S. Valorização, preservação e promoção da cultura local através da Economia Criativa: o caso da produção do souvenir gastronômico. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, p. 121-133, ago. 2018.
- PIRES, Vladimir Sibylla; ALBAGLI, Sarita. Estratégias empresariais, dinâmicas informacionais e identidade de marca na economia criativa. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 17, n.2, p.109-122, abr./jun. 2012.
- REIS, Ana Carla Fonseca (org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo, Itaú Cultural: Garimpo de Soluções, 2008. Disponível em: <<https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Economia-Criativa-como-Estrat%C3%A9gia-de-Desenvolvimento.pdf>>. Acesso em: 25 fev. 2019.
- REZENDE, Maria Beatriz; GRIECO, Bettina; TEIXEIRA, Luciano; THOMPSON, Analucia. Diretoria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – DPHAN. In: _____. (Orgs.). **Dicionário IPHAN de Patrimônio Cultural**. Rio de Janeiro, Brasília: IPHAN/DAF/Copedoc, 2015. (verbete).
- ROCHA, Thaíse Sá Freire. Refletindo sobre memória, identidade e patrimônio: as contribuições do programa de Educação Patrimonial do MAEA-UFJF. **XII Encontro Regional** (ANPUH-MG), Minas Gerais, julho 2012. Disponível em: <http://www.encontro2012.mg.anpuh.org/resources/anais/24/1340766055_ARQUIVO_Artigo-Anpuh.pdf>. Acesso em: 19 fev. 2019.
- SERRA Neusa; FERNANDEZ, Rafael Saad. Economia criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 11, n.4, p.355-372, out./dez. 2014.
- TOMAZ, Paulo Cesar. A preservação do patrimônio cultural e sua trajetória no Brasil. **Revista História e Estudos Culturais**, v. 7, ano VII, mai.-ago., 2010.